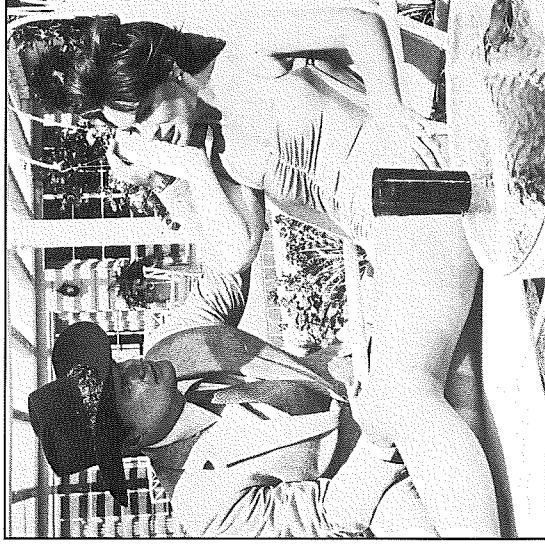


Vooraleer in de jaren zestig in Groot-Brittannië de grondslagen werden gelegd voor wat men de "cultural studies" is gaan noemen (later uitgebreid tot "media and cultural studies"), hebben intellectuelen van allerlei pluimage zich al ontfermd over de bezigheden van "het volk". Sinds de negentiende-eeuwse industrialisering en verstedelijking hebben zij de toon gezet voor het spreken over de cultuur van het volk. Zij deden dat met een soort nostalgische terugblik op de verloren gegane volkscultuur en een apocalyptische vooruitblik op de toekomst: het verleden was goed en werd geïdealiseerd, de toekomst zou slecht zijn en uitdraaien op één grote ramp. Anderen waren van oordeel dat niet moest getreurd worden om de teloorgang van de minderwaardige volkscultuur en dat men zich alle inspanningen moest getroosten om het volk te beschaven, dat is: het de geneugten van de Cultuur met de grote C leren kennen. Zowel de nostalgische apocalyptici als de beschavers waren het er over eens dat de massacultuur die de volkscultuur had vervangen geen enkele kwaliteit had en dat die dan ook met alle mogelijke middelen moest bestreden worden. De orthodox-marxistische school nam enigszins een tussenpositie in: zij blikte graag terug op een universeel primitief communisme waaraan een einde kwam door een wijziging in bezitshoudingen met de klasse tegenstellingen als gevolg. Uiteindelijk was deze school optimistisch. Ze verwachtte alles van de door de arbeiders bevochten revolutie. Of het nu ging om conservatief-elitaire critici die in de opkomst van de massas' een bedreiging zagen dan wel om progressief-elitaire denkers (de Frankfurter School), hun kritiek op de massacultuur was vernietigend. De kritiek luidde: massacultuur is slecht en dient met alle middelen bekampt te worden.

De grondleggers van de cultuurstudies

Groot was dan ook de verwondering toen in de jaren zestig een aantal intellectuelen in Groot-Brittannië niet alleen de studie van de populaire cultuur van dat ogenblik ernstig begonen te nemen, maar dat bovendien deed met een zekere sympathie, hoe dubbelzinnig die ook was. De breuk met het verleden werd geforceerd door **Raymond Williams** en **Richard Hoggart**. De laatste richtte in 1964 aan de University of Birmingham een centrum op voor onderzoek van alledaagse leefstijlen: het **Centre for Contemporary Cultural Studies** (CCCS) (nu opgegaan in het Department of Cultural Studies). In 1972 werd Stuart Hall directeur van het CCCS en introduceerde ten gevolge de "culturalistische" benadering van de twee eerder genoemde het Franse structuralisme. Met het structuralisme wordt het belang van de ideologie onderstreept, maar niet dermate dat, zoals elders het geval was, het structuralisme verbonden werd met het marxistisch-historisch materialisme waarin de dominantie van de economische onderbouw op de culturele bovenbouw werd voorgehouden (en dus verandering enkel kon komen van



In zijn boek *De zin van de onzin. De cultuur van de slechte smaak* pleit professor Gust De Meyer ervoor dat de cultuur van de slechte smaak op zijn minst ernstig zou genomen worden. De daad bij het woord voegend is hij op zoek gegaan naar de "zin" van "onzinnige" dingen als kitsch, commerciële televisie, TV-spelletjes, autostickers, videospelletjes, surfplanken, skateboards of populaire muziek. De analyse van dergelijke concrete dingen geschiedt vanuit een referentiekader dat hij hieronder probeert te schetsen aan de hand van een kleine geschiedschrijving van de media- en cultuurstudies. Het is een samenvatting van een uitgebreid hoofdstuk in het boek. Goed nieuws voor de stiekeme Dallas-fans onder ons, het mag weer!

een revolutionaire omwenteling). Integendeel, tegenover de orthodoxe marxisten en diegenen die dachten dat de ideologie "bedoeld" was om de heersende orde te reproduceren (zodat verzet dus onmogelijk was), pleitte Hall, daarin al voorafgegaan door Williams, voor de invoering van het gedachtengoed van A. Gramsci (overleden in 1937). Gramsci had oog voor het feit dat de mensen kennelijk instemmen met de heersende macht, maar liet ruimte voor een vorm van verzet binnen de structuren. Mensen zijn geen willoze slachtoffers van de structuren; in de alledaagse cultuur creëren zij ruimte voor verzet. Het sleutelwoord werd het door Gramsci ingevoerde begrip "hegemonie".

Hall was de eerste om culturele produkten, sociale praktijken, zelfs instituties, als "teksten te lezen". In 1980 publiceerde Hall zijn artikel over "encoding/decoding". Daarmee zet hij een belangrijke stap verder: ook al blijft Hall het belang van de (natuurlijke) vooraf-codering onderstrepen, hij aanvaardt dat de (televisie)boodschap openstaat voor verschillende "lezingen". Dominante betekenissen kunnen niet zomaar opgedrongen worden (zoals de manipulatie-theorieën dat veronderstellen), ze worden slechts "gepreleerd". Het decoderen door de kijker is dus niet gelijk met het encoderen door de media. De decodering kan, aldus Hall naast de dominant-hegemonische (de voorkeurlectuur), ook een onderhandelde of een oppositionele vorm aannemen. Al introduceert Hall hier dus voor het eerst zeer expliciet de idee

Dallas: slechte smaak of kijkplezier?

van de actieve ontvanger en consument, hij blijft geïnteresseerd in het overslaan van de verschillende lecturen in een positionele (het CCCS zal in deze zin de analyse aanvatten van jeugdschubculturen). Al wordt de mogelijkheid van een afwijkende lectuur vanaf nu erkend, toch zal vaak binnen de cultuurstudies worden aangetoond hoe moeilijk een niet-voorkleurlesing is. Ook al is de tekst nu in theorie "onttroond", in feite zal de macht van de tekst boven die van de lezer een constante blijven in vele mediastudies.

De tweede generatie

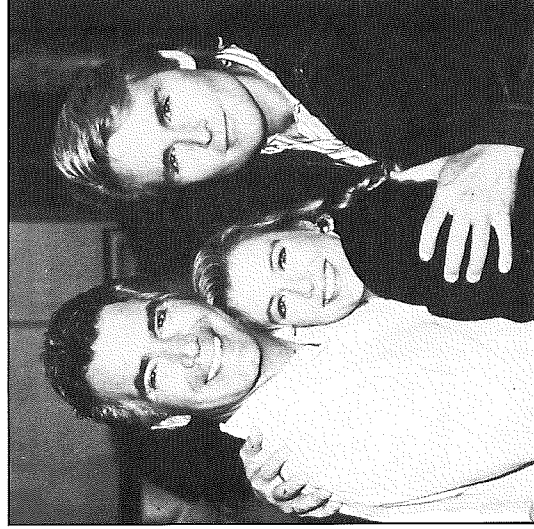
Aan het Centre for Contemporary Cultural Studies (Birmingham) en elders in Groot-Brittannië is sinds de programmaverklaring voor de (media- en) cultuurstudies een aloude discussie gevoerd over structuur versus subject. Deze discussie wordt in de jaren zeventig in het voordeel van de structuur-denkers, in de jaren tachtig in het voordeel van de culturalisten beslecht. Met andere woorden: het ging steeds over de tekst in relatie tot zijn lezer en de sociaal-economische context. Is de lezer in de tekst besloten en wordt hij daar gemanipuleerd of is hij een actief subject in staat om keuzes te maken? In recente publicaties wordt niet uitgesloten dat de lezer de geprefereerde lectuur leest maar toch de betekenis wijzigt. In de beginperiode lijkt alleen de codering volgens de dominante code te zijn aanvaard, dat wil zeggen volgens de voorkeurlectuur. Nu worden teksten echter geacht een meervoudige betekenis te hebben. Om populair te zijn dienen teksten onopgeloste con- tradicties te bevatten die de lezer kan explo- reren en volgens zijn eigen cultureel kapitaal kan decoderen. Betekenis zit niet in de tekst zelf, zoals het structuralisme leert, maar in de interactie tussen tekst en lezer.

In de jaren zestig werd massacultuur verwor- pen omdat zij de directe belangen van de do- minerende klasse zou hebben uitgedrukt en de consumenten passief aan zich zou hebben gekluisterd en gemanipuleerd. Ze zou niet toe- gelaten hebben dat de consumenten weerstand boden of zelfs maar een eigen interpretatie ga- ven van de teksten. Echte en authentieke cul- tuur kon alleen bewuste en kritische cultuur zijn, compleet tegengesteld aan verstrooiing, die een vorm van aliënatie is. Gramsci's ge- dachtengoed gaf de stoot aan een tegengestel- de maar even extreme beweging in de jaren zeventig: populaire cultuur als weerstand. De eerste generatie cultuurbetenschappers pro- fileert zich. In de jaren tachtig brengt een tweede generatie media- en cultuurbeten- schappers een soort van synthese tot stand tussen de aliënatie- en weerstandsthese. Mas- sacultuur kan dienst doen als emancipatie, zelfs subversieve kracht ontwikkelen op het niveau van de produktie, van de teksten en van de consumptie. Bewustwording wordt evenwel vaak opnieuw in een keurslijf ge- dwongen en schijnt altijd via een soort van collectieve mobilisatie op basis van een ge-

meenschappelijke identiteit te moeten verlopen. De onderdrukten in een soap opera kan collectieve gevoelens van gelijkgezinde "onderdrukten" vertolken zodat deze zich kunnen organiseren als arbeiders van de mannen en vrouwen in de symbolenstrijd in de maatschappij. De achterliggende thes is dat culturele dominantie nog bestaat, bestaande ongelijkheden legitimeert en als natuurlijk voorstelt. Maar het subject wordt niet meer uitgesloten uit de teksten van de massacultuur. De lezers mogen er nu een eigen, eventueel eigenzinnige interpretatie aan geven. In wat vroeger waardeloze amusementsrommel heette, zitten nu zelfs emancipatorische mogelijkheden! Ook hier komt de jongste versie van de strijd bare cultuur tussen de uitersten van verval denken en vooruitgang denken terecht. De onderdrukten mogen optimistisch zijn.

Dergelijk verhaal presenteert **I. Ang** (1982) over *Dallas*: vrouwen kunnen met een ironische blik naar soap opera's kijken. Zelfs wanneer ze dat niet doen, betekent dat nog niet dat hun lectuur van de melodramatische tekst automatisch conservatief is. Ang aanvaardt dat kijkers in *Dallas* dieperliggende emotionele waarheden over hun eigen leven herkennen onder de glitter en sensatie van de oppervlakte-inhoud.

In de media- en cultuurstudies van de tweede generatie wordt erkend dat bewustwording, emancipatie desnoods kan via wat voordien verwerpelijke massacultuur heette. Nochtans blijft men op zoek naar een strijdbaar element. Eind van de jaren tachtig doen noties als polysemie, ambigüiteit en intertextualiteit hun intrede en kondigt zich een derde generatie media- en cultuurstudies aan, die voorlopig nog altijd een klassedenken blijft huldigen. Prototype van de tweede generatie is een auteur als **John Fiske** (1989). Volgens Fiske wordt populaire cultuur gemaakt door ondergeschikte en van macht gespeende mensen. De geestelijke en materiële bronnen worden ter beschikking gesteld door het sociaal systeem dat hen elke macht ontnemt. Populaire cultuur is daarom door en door contradictoir en conflictueel. Deze bronnen (televisie, CD's, kleding, videogames, taal) dienen de belangen van de economisch en ideologisch dominante groep en dragen de sporen van de hegemonische macht die uit is op status quo. Maar hegemonische macht is slechts mogelijk door de weerstand die ze oproept. Daarom moeten deze bronnen ook sporen dragen van verzet, op een verschillende manier geactiveerd door mensen die op een verschillende manier in het sociale systeem staan. Indien de culturele productie niet put uit bronnen waarmee de mensen hun eigen sociale identiteit kunnen opbouwen, dan zal ze afgewezen en verworpen worden. Populaire cultuur wordt van binnenuit en van onderuit gemaakt en niet opgelegd van buitenaf of van bovenuit, zoals massacultuur-theoretici dat voorhouden. Er is altijd een element van populaire cultuur voorhanden dat buiten de sociale controle valt en dat de hegemonische krachten ontsnapt of oponeert. Populaire cultuur is altijd een cultuur van conflict. Zij voert altijd strijd om sociale betekenissen te geven die in het belang van de onderdrukten



The Bold and the Beautiful: een strijd bare cultuur?

liggen. Deze betekenissen zijn strijdig met het belang van de dominerende ideologie. De overwinningen in deze strijd, hoe vergankelijk en beperkt ook, produceren plezier: populair plezier is altijd sociaal en politiek. Deze weerstand kan verschillende vormen aannemen. De minst politiek actieve is wellicht deze van het lichamelijke plezier van vlucht, de koppige weigering van de dominante ideologie en het opbouwen van ervaringen die buiten het bereik ervan vallen. In hun momenten van opmerste verrukking (jouissance), wanneer de intensiteit van het lichamelijke plezier orgastisch wordt, verliezen, bijvoorbeeld, surfers en videogameplayers hun sociaal geconstrueerde identiteit en daardoor ook de structuur van dominante-overheersing. Andere ontwijkende, offensieve plezierbelevingen liggen in de carnavaleske, overdreven, bevrijdende fun die de sociale normen op hun kop zetten en door elkaar schudden. Fiske situeert zich duidelijk in de traditie van de cultural studies. Want in tegenstelling tot de "top down"-opvatting van de politieke economen huldigt hij een "bottom-up"-opvatting. Volgens hem hebben het subject en subculturele groepen macht om tussenbeide te komen in de betekenissystemen en de politieke systemen en kunnen zij verandering teweegbrengen. Door ondermeer de nadruk te leggen op de plezierbeleving inherent aan populaire cultuur, zet hij een stap verder in een richting die het subject een nog grotere autonomie wil toekennen. Deze stap zal hem door sommigen kwalijk genomen worden. Maar men kan evenzeer argumenteren dat hij niet ver genoeg gaat.

De notie van plezierbeleving is pas kunnen binnendringen in de cultuurstudies nadat aanvaard werd dat betekenaar en betekende, vorm en inhoud, van elkaar konden gescheiden worden. Het is met name de loskoppeling van de materiële kant van het teken, van de voorstellingen van het teken en het vrije spel van de betekenaar die de lezer de macht geeft om zelf betekenissen te ontwikkelen en de boodschap te decoderen in zijn eigen belangen. De weg ligt open naar een optimistische ondertoon in de media- en cultuurstudies. Hoe? Door de nadruk te leggen op de vrijheid in de consumptie en op de gebruiks-

waarde. Dit druist radicaal in tegen de economisch geïnspireerde doemdenkers uit het verleden die de nadruk bleven leggen op de waarde of tegen de al even pessimistische critici van de massacultuur.

De derde generatie

De cultuurstudies van de eerste generatie zijn sinds de jaren zestig te situeren op het kruispunt van twee grote gedachtenstromingen, de marxistische en de semiotisch-structuralistische. In de tweede generatie cultuurstudies duiken echter steeds meer studies op waar emancipatorische momenten aangewezen worden in cultuurvormen die niet meer dan het etiket "massacultuur" verdienen. Daarmee wordt in de cultuurstudies de doorslaggevende rol die in de eerste generatie-studies toebedacht is aan de tekst en aan de ideologie steeds verder aangetast. De idee dat een tekst gedecodeerd wordt zoals hij gecodeerd is en dat hij een eenduidige betekenis zou hebben, wordt meer en meer afgewezen. Ook de idee dat de ideologie een alles doordringende en niet te ontvluchten instantie in de teksten zou zijn wordt verworpen. De nieuwe opdracht op weg naar een derde generatie media- en cultuurstudies zijn drieërlei. Ten eerste, de uitschakeling van het laatste restje economisch-centristisch denken – in Fiskes visie schijnt nog altijd de gedachte dat uiteindelijk de economische en de daarmee verbonden politieke krachten de cultuur domineren – in voordele van een culturalistische visie waarin populaire cultuur niet noodzakelijk alijd strijdbaar moet zijn, maar zonder meer plezierig. Ten tweede, de uitschakeling van het laatste restje ideologisch-centristisch denken. Ten derde de uitschakeling van het laatste restje proletarisch-centristisch denken. Wat dit laatste betreft vindt men in de media- en cultuurstudies van de tweede generatie nog altijd een restant van de "dictatuur van het proletariaat"-denktrant. De notie van "het" onderdrukte volk is al even monistisch als deze van "de" tekst; consumeren van cultuurproducten kan nu eens wel dan weer niet tot verzet leiden, maar dat hoeft niet er zo te zijn. De centrale bekommernis is niet meer aan te tonen dat de massacultuur nog emancipatorische kracht kan hebben of een strijd bare cultuur kan zijn. Nu de geruimtelijke stelling van de dominantie van de tekst en de ideologie meer en meer wordt tegengehouden, pogen de nieuwe media- en cultuurstudies verzet te handhaven. In plaats daarvan signaleert **Paul Willis** (1990) met zijn opvatting over "common culture" voorlopig wellicht het beste de nieuwe richting. Hij sluit nauw aan bij Fiske in diens ontroering van "de" tekst, maar hij ontloopt tegelijk de valstrikken van het economie-, ideologie- en proletarisch-centristisch denken. Willis pleit voor de erkenning van een vibrerend symbolisch leven en een symbolische creativiteit in het leven van elke dag. De oude massamaatschappij emancipeerde zich cultureel via het steeds bredere aanbod van bruikbare symbolische bronnen verschaft voor de ontwikkeling en de emancipatie van de dagelijkse cultuur.

Tegenover de opvatting dat culturele goederen moeten beantwoorden aan de laagste gemeene delers van smaak en dat ze geëncordeerde negatieve waarden bezitten die “de massa’s” manipuleren, degraderen of brutaliseren, staat de opvatting dat een autonoom artefact, in staat om zijn eigen intrinsieke waarden aan de menselijke sensibeleit op te leggen, niet bestaat. Men vergeet dat omstandigheden voorvallen kunnen doen veranderen en dat teksten veranderen door contexten. De esthetica suggereert dat het esthetisch effect in de tekst besloten ligt, dat het een universele eigenschap is van de vorm van de tekst. Tegenover deze opvatting is het nodig de creatieve consumptie te herwaarderen en te onderzoeken hoe “betekenissen” en “effecten” kunnen wijzigen in verschillende “decoderingen”, naargelang de sociale contexten van de consumptie en het voorwerp kunnen zijn van uiteenlopende vormen van symbolische arbeid en creativiteit. Het komt er op aan uit te vissen in hoeverre gefundeerde esthetische vormen in concrete situaties (“grounded aesthetics”) deel uitmaken, niet van dingen, maar van processen die consumptie plezierig en vitaal maken. Kijkers, luisteraars en lezers doen hun eigen symbolisch werk met een tekst; er is sprake van een culturele productie in de consumptie. Menselijke consumptie is geen herhaling van de productie en geen onderwerping aan wat voor cyclische motieven daar ook mogen achter schuilgaan. Interpretatie, symbolische actie en creativiteit zijn een deel van de consumptie. Dit symbolische werk is minstens even belangrijk als wat in de goederen is geëncodeerd. Het kan dikwijls zijn tegendeel produceren. Inderdaad, bepaalde “heiligheidsnende” aspecten in commerciële artefacten kunnen bevrijdend en progressief zijn en een nieuwe en sociale dynamiek introduceren.

Als er een betere weg is naar culturele emancipatie dan het egoïstische marktmechanisme, dan heeft de officiële kunst die tot op heden niet getoond. Met al zijn manifeste absurditeiten, zal de culturele markt de weg openen naar een betere weg. Cultureel pessimisme levert slechts hindernissen. De markt is de bron van een permanente en contradictische revolutie in de alledaagse cultuur die komaf maakt met oude limieten en afhankelijkheden. Mediatheoretici van links en rechts waarschuwen tegen een immanente implosie van alles wat reëel is. Door hun eigen metaforen voor realiteit te nemen, trappen deze mediatheoretici in de semiotische kuil die ze voor een ander hebben gegraven. In de plaats van de “coole” vaststelling dat cultuur één en al oppervlakkigheid is die dreigt ineen te storten, moeten we kijken naar de beweging van de reële wereld, aldus Willis in zijn pleidooi tegen het postmoderne pessimisme.

“Made messages” en “grounded aesthetics” zijn de basis voor nieuwe potentiële communicatiegemeenschappen, voor “protocommunities”. En dat zijn dan niet de verdwenen organische gemeenschappen van weleer, noch de massamaatschappij. Protogemeenschappen worden gevormd rond consumenten. Zij zullen zelf een ethische en morele dimensie ontwikkelen. Zij hebben de elitaire en autoritaire communicatie van buitenuit en bovenaf van partij of institutie niet nodig. Educatie

moet zich concentreren op de volledige ontwikkeling van menselijke capaciteiten en die wordt niet geleid door de elitecultuur maar door de common culture. “High art” kan zijn relevantie herwinnen door zich te plaatsen binnen het symbolische werk van de common culture. De high art-afschuw voor het populaire is misplaatst en regressief omdat zij naar dingen kijkt, niet naar praktijken.

Het gewone volk heeft geen avant-garde nodig om herinnerd te worden aan de breuk in de vroegere holistische eenheid. Nu heeft het echter de markt om een eigen identiteit en een collectiviteit uit te bouwen. De kritiek is elitaire en sociaal irrelevant omdat ze blind is voor een vorm van holistische eenheid die nu al bestaat, voor onmiddellijke vooruitgang en een vorm van bestaande emancipatie.

De tegenaanval

De media- en cultuurstudies van de tweede en derde generatie stoten, nog voor alle mogelijkheden goed en wel zijn onderzocht op de nodige weerstand, zo van McGuigan (1992). Populaire cultuur is voor de meeste beoefenaars van de cultuurstudies een veld van continu veranderende relaties tussen “wat van boven wordt opgelegd” en “wat van onder groeit”. Hoe goed bedoeld ook, het is deze hegemonie-opvatting die, aldus McGuigan, uiteindelijk ontaard is. In de jaren tachtig werd volgens McGuigan komaf gemaakt met de marxistisch geïnspireerde axioma's dat de “gebruikswaarde” van (consumptie)goederen vervangen zou zijn door hun “ruilwaarde” of dat “ware” behoeften verdrongen zouden zijn door “valse”. Er is, met andere woorden, plaats gekomen voor actieve consumptie en productie van betekenis. De hegemonietheorie weet geen raad met de “geneugten van het consumeren”, of beter, aldus McGuigan, ze heeft niet kunnen verhinderen dat men consumeren op zich als een actieve, zinvolle en aangename bedrijvigheid is gaan bekijken, los van vragen als: wie produceert en wie controleert de instituties? De oude vraag in een nieuw kledij: wie trekt er achter de schermen aan de touwtjes? De hegemonietheoretici hebben hun ogen gesloten voor de economische gegevens van de culturele productie. Resultaat was dat een exclusief consumptieperspectief de kop heeft kunnen opsteken. Ooit maakte strijd nog een essentieel deel uit van de hegemonietheorie. Deze heeft er echter zelf voor gezorgd dat elke notie van strijdbaarheid tenslotte verdwenen is uit de cultuurstudies. Wanneer, tengevolge van het hegemonieconcept, consumptie als een veld van onderhandelingen kan worden opgevat, met afwisselend complete onderwerping en weerstand in de consumptie zelf, is de weg vrij voor onkritisch plezier-denken. Dan wordt consumptie losgekoppeld van productie, economie van cultuur. Dan worden geschiedenis, economie en macro-politiek tussen haakjes gezet. Elke lectuur van een tekst wordt nu “progressief”. De neo-Gramsciaanse hegemonietheorie heeft in de subcultuurstudies geleid tot een onkritische benadering van de culturele consumptie van de jeugd en de notie van “het actieve publiek” heeft een al even onkritische benadering mogelijk gemaakt van populaire televisie. Het consumptionistisch

traject blijkt de hoofdstroom van de culturele studies geworden te zijn. Deze “consumptie”-positie, het zogenaamde “nieuwe revisionisme”, dient in vraag te worden gesteld vanuit het perspectief van de politieke economie van de cultuur waarin een determinerende relatie aangehouden wordt tussen produktie en consumptie. De onkritische, consumptionistische trend in de cultuurstudies trad als overwinnaar uit een crisis in de cultuurstudies tengevolge van de tegenstellingen in de neo-Gramsciaanse hegemonietheorie. De neo-Gramsciaanse denkers hebben uiteindelijk de stoot gegeven voor een ongenueerd onkritisch populisme. Gewone mensen worden nu gezien als actieve plezierzoekers. Het economisch reductionisme van de orthodoxe marxistische school – de onderbouw bepaalt de bovenbouw – heeft plaats gemaakt voor een enthousiast hedonisme in postmodernistische tijden. McGuigan betreurt de scheiding tussen de hedendaagse culturele studies en de politieke economie van de cultuur. In dezelfde zin onderscheidt Agger (1992) een conformistische versie van een kritische versie in de cultuurstudies. De eerste zou a-theoretisch en a-politiek zijn. De tweede zou geïnspireerd zijn door de Frankfurter- en de Birmingham-school. Voor Agger dienen de kritische cultuurstudies zich (opnieuw) te concentreren op de hegemoniserende boodschappen van de cultuurindustrie, die elk vezeltje van de leefwereld doordrenkt.

Het valt te vrezen dat het pleidooi van Agger voor een nieuwe kritische cultuurtheorie een terugkeer betekent naar het ouderwetse cultuurindustrieel denken. Het valt te vrezen dat, al gebeurt McGuigan deze woorden natuurlijk zelf niet, hij een nieuw pleidooi houdt voor een economisch reductionisme. Wat hij neo-revisionisme noemt refereert aan bepaalde aspecten van de tweede en zeker van de derde generatie in de cultuurstudies. Het is duidelijk dat via het pleidooi voor het perspectief van de politieke economie gepleit wordt voor een hernieuwde belangstelling voor de economische onderbouw die de culturele bovenbouw zou domineren, in de goede oude, klassieke marxistische visie, al wordt die laatste term angstvallig verzweegd. Is hier dan geen sprake van revisionisme?

Gust De Meyer

Gust De Meyer doceert “Populaire Cultuur” aan het departement Communicatiewetenschap van de K.U.Leuven

van de slechte snaak, Hadewych, 1994.

Agger, B., *Cultural studies as critical theory*. The Falmer Press, London, 1994.

Ang, I., *Het geval Dallas; populaire cultuur, ideologie en plezier*, Saa, Amsterdam, 1982.

Fiske, J., *Reading the popular*. Unwin Hyman, Boston, 1989.

Hall, S., *Encoding/decoding*, in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. Willis, P. *Culture, media, language*. Hutchinson, London, 1980.

McGuigan, J., *Cultural populism*. Routledge, London, 1992.

Willis, P., *Common culture*. Open University, Milton Keynes, 1990.

“De zin van de onzin”: *Radio 3, “Wereldbeeld”, 29 oktober en 5 november, om 10 uur.*